

**Разумова А.В., Фоминцева А.Д.,
Чепиков П.С., Чуправков Е.А., Щербакова В.А.
г.Екатеринбург**

Туристский поход с проверкой туристских навыков: информационное обеспечение

В последние годы в российском обществе наблюдается тенденция к ведению здорового образа жизни, занятиям спортом и физической культурой. Проявления у этого есть достаточно разные: семейные выходы в парки, на каток, велопрогулки, посещение людьми небольших тренажерных залов или больших сетевых фитнес-клубов, занятие различными видами спорта, в том числе и экстремальными. Этому способствует информационная среда – СМИ, социальные сети. Небольшие компании и крупные корпорации также достаточно часто выбирают в качестве формы проявления корпоративной культуры различные спортивные праздники, как семейные, так и командообразующие – так называемый тимбилдинг. Внутренний туризм также сейчас набирает свою популярность, туристические компании разрабатывают и предлагают туры выходного дня, где за пару дней или даже несколько часов можно посетить окрестности или уникальные места, расположенные в соседних областях. Безусловно, развитие этого направления деятельности обладает преимуществами, касающимися здорового образа жизни, – данный вид физической активности часто не требует специальной подготовки, спокойные пешие туры подходят людям разного возраста и с разным уровнем физической подготовленности. Кроме того, туризм, особенно внутренний, обладает большим воспитательным потенциалом – во время даже недлительных путешествий по своей области или по своей стране можно лучше узнать особенности природы родного края, его историю, более бережно относиться к природным ресурсам. Особенно это важно для процесса воспитания подрастающего поколения.

В число нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО) входит такой вид испытания, как «Туристский поход с проверкой туристских навыков», выполнение которого проводится, как правило, в природной среде с использованием национальных и региональных троп экотуризма, что позволяет участнику выйти за пределы спортивной площадки и открывает возможности для знакомства с родным краем, его природой. Зачастую данный вид испытания

воспринимается участниками комплекса как вид «легкий», не требующий какой-то специальной подготовки. Между тем государственными требованиями ВФСК ГТО предусматривается не только прохождение маршрута определенной протяженности, что уже само по себе требует от участника развитой выносливости, но и проверку прикладных навыков. В методических рекомендациях по организации и выполнению нормативов испытаний (тестов) ВФСК ГТО содержится информация о том, что участник ВФСК ГТО должен уметь готовить снаряжение для похода, готовить место для стоянки, передвигаться по различным видам рельефа, ориентироваться на местности, действовать в непредвиденных нестандартных ситуациях, оказывать первую помощь.

В данной статье мы обратимся к проблеме информационного обеспечения подготовки и выполнения норматива «Туристский поход с проверкой туристских навыков». В данном случае информационное обеспечение призвано решать целый комплекс задач: во-первых, предоставление участникам комплекса ГТО информации, необходимой для подготовки к выполнению норматива; во-вторых, популяризация комплекса ГТО, ведения здорового образа жизни, спортивного туризма; в-третьих, задач эстетического и патриотического воспитания. Для популяризации и развития туризма в целом применяются различные информационные каналы – средства массовой информации, различные порталы туристических организаций в сети Интернет, социальные сети, сайты спортивных федераций и т.д. Относительно испытаний (тестов) по нормативу «Туристский поход с проверкой туристских навыков» в рамках комплекса ГТО можно выделить два направления информационного обеспечения:

- 1) информация о предстоящем выполнении норматива, куда может входить размещение данных о проводимых походах, проверяемых навыках, рекомендации по подготовке к выполнению норматива, характеристика туристских маршрутов и т.п.
- 2) информация отчетного характера: дневники, журналы, фотоотчеты и т.д.

У каждого из этих направлений есть свои наиболее эффективные формы и каналы для размещения. Рассмотрим некоторые из них.

1. Рекомендации о подготовке и выполнении норматива, проверяемых навыках, форме одежды и т.п. Размещение данной информации на сайтах центров тестирования, а также информационных ресурсах, посвященных ВФСК ГТО, позволяют участнику узнать требования и получить рекомендации в соответствии с его возрастной ступенью, избежать типичных ошибок неподготовленного туриста, что позволит не

только лучше подготовиться к выполнению испытания, но и станет одним из факторов формирования в сознании участника позитивного образа туристской деятельности.

Информация о маршрутах, датах, времени проведения испытаний, особенностях местности и т.п. Центрами тестирования могут быть разработаны типовые маршруты минимальной протяженности, позволяющие участнику выполнить требования ВФСК ГТО. На информационных ресурсах ВФСК ГТО может содержаться информация партнерских организаций (например, турклубов) о предстоящих походах, в том числе и категорийных. Это позволяет участникам разного уровня подготовленности выбрать для себя оптимальный вариант, задает ориентир для новичков, а также будет повышаться охват и у комплекса ГТО, и у тех компаний, которые так или иначе задействованы в его реализации.

Эффективным будет и распространение информации непосредственно в самих организациях – школах, спортивных школах, туристических клубах и т.п., на информационных стендах с возможностью получить дополнительную информацию лично у представителей этих организаций.

Также поскольку многие организации сейчас имеют свои страницы в социальных сетях, нелишним будет размещение актуальной информации на этих страницах, так как молодежь часто получает новости именно по этому каналу. Интересным и полезным источником информации по подготовке к выполнению рассматриваемого норматива может оказаться канал на YouTube, который может содержать короткие или более подробные видео о выборе экипировки, о том, как собрать личные вещи в поход, о том, какой маршрут предстоит и т.д. Видео гораздо более выгодно может показать красоту предлагаемой для похода дистанции, что повысит привлекательность данного вида испытания.

2. Информация отчетного характера, предназначенная для популяризации Комплекса ГТО, может быть эффективно представлена через такие каналы, как:

- средства массовой информации – небольшие репортажи для местных печатных, теле- или радионовостей, в случае, если проводимое мероприятие, например, носит массовый или уникальный характер. Такая форма передачи информации будет актуальна для людей среднего и старшего поколения;
- сайты организаций, реализующих комплекс ГТО – с созданием фотогалерей;
- блоги и видеоблоги лидеров мнения – блогеров, спортсменов – то, что популярно и интересно для молодежи;

- размещение информации в социальных сетях – актуально и для молодежи и для людей средних лет, поскольку многие из них имеют аккаунты в социальных сетях.

Обобщая сказанное выше, можно отметить, что информация формального характера – требования, рекомендации, статистические данные, документация – может быть размещена на официальных сайтах организаций, задействованных в проведении испытаний – будь то центр тестирования ГТО или сторонняя организация, которая оказывает помощь в проведении теста. Наглядную же информацию – фото- и видеоотчеты, обзоры, мнения, отзывы о проведенных походах, частично можно размещать на официальных сайтах, но больший результат именно в процессе популяризации комплекса ГТО в целом и конкретного норматива в частности могут принести социальные сети, становящиеся все более популярными блоги, каналы на YouTube, что будет способствовать популяризации здорового образа жизни, Всероссийского комплекса ГТО, среди разных возрастных групп и слоев населения.

Литература

1. Методические рекомендации по организации и выполнению нормативов испытаний (тестов) ВФСР ГТО [Электронный ресурс]. URL: <https://gto.ru/files/uploads/documents/5ac34cb02362e.pdf> (дата обращения 12.09.2018).

© А.В. Разумова, Фоминцева А.Д.,
Чепиков П.С., Чуправков Е.А., Щербакова В.А.